

Heeft de televisiekijker de buik vol van sport? In Groot-Brittannië en de VS nemen de kijkcijfers een duik. En dat laat zich, nu er een nieuw voetbalcontract op tafel komt, tot op de Belgische velden voelen.

Jarenlang was sport op tv de kip met de gouden eieren. Kijkers konden er niet genoeg van krijgen. Zenders trokken met plezier de portefeuille open om de pijlsnel duurder wordende rechten binnen te halen en de clubs hoorden de kassa steeds luider rinkelen.

Met de Premier League, de Engelse voetbalcompetitie, als exponent van dat mechanisme. Twee jaar geleden legden Sky Sports en BT Sport 6,94 miljard euro op tafel voor de uitzendrechten van drie jaar Premier League. De duurste televisieovereenkomst uit de geschiedenis van de voetbalwereld.

Maar sinds een paar maanden sputtert de machine. Sky Sports zag in de eerste weken van de voetbalcompetitie de kijkcijfers met 20 procent naar beneden duiken. Bij BT Sport ging het nog steiler bergaf. De eerste wedstrijden van de Champions League-campagne moesten het met 40 procent minder kijkers doen.

Niet alleen in Groot-Brittannië hebben zenders het moeilijk om hun kijkers met sport te verleiden. In Nederland heeft de Champions League het moeilijk om het kijkcijfersucces van de voorbije jaren te evenaren. En in de VS zag de NFL, de razend populaire American football-competitie, de kijkersaantallen tijdens de eerste zeven competitieweken met 12 procent teruglopen.

Verklaringen

Het fenomeen stelt analisten voor een raadsel. "Er was de voorbije jaren geen enkele indicatie dat de interesse in sport plots zou afnemen", zegt Tom Evens, professor communicatiewetenschappen (UGent).

Een aantal factoren kunnen de terugval verklaren. Het overaanbod bijvoorbeeld. Over het kanaal rolt de bal al lang niet meer enkel in het weekend. Tel daar de Europese competities bij en er is elke dag van de week wel voetbal op tv. Ook de verouderde kijkcijfermeting kan een rol spelen. Iedereen die - noodgedwongen - sport kijkt op laptop, tablet of smartphone duikt (nog) niet in de kijkcijfertabellen op.

Bij de sportzenders zelf proberen ze ondertussen te bewijzen dat de kijkcijferdip een tijdelijk fenomeen is. Zo wijzen ze op de felle concurrentie. De NFL schoot zijn competitie op gang net toen de presidentiële tweestrijd tussen Trump en Clinton zijn hoogtepunt bereikte. De Premier League had dan weer af te rekenen met de Olympische Spelen.

En dan is er nog het sportieve aspect. Met Newcastle en Aston Villa verdwenen twee clubs met een brede achterban uit de competitie. En wanneer een zwaargewicht als Manchester United zich, zoals dit jaar, niet kan plaatsen voor de Champions League neemt de Britse interesse voor die competitie sowieso een duik. De sportzenders wijzen er trouwens op dat de cijfers, nu het in de competities stilaan om de knikkers gaat, in stijgende lijn gaan.

Overwaaien?

Maar niet iedereen is overtuigd dat dit zomaar overwaait. "Vooral bij jongere kijkers neemt de interesse af", weet Daam Van Reeth, sporteconoom (KU Leuven). "Wanneer ik bij mijn studenten pols wie betaalt voor sport gaan haast nooit handen de lucht in. Er zijn genoeg schimmige sites met illegale streams."

Niet alleen betalen is een brug te ver, ook een volledige voetbal- of basketbalwedstrijd uitzitten is not done. Van Reeth: "Wanneer Hazard een fantastisch doelpunt maakt, zien ze het clipje wel op Facebook of Twitter passeren." Die socialemediaplatformen kopen tegenwoordig niet alleen zelf sportrechten op, ook sportteams zelf gooien de hoogtepunten van hun wedstrijden via hun eigen accounts op sociale media allerhande. En ondergraven zo hun eigen inkomstenmodel.

Want dat de veranderende kijkgewoontes zich op termijn ook op het sportveld laten voelen, lijdt geen twijfel volgens Evens en Van Reeth. "Wanneer je met sport minder publiek lokt, gaat ook de waarde van de uitzendrechten dalen." Een denkoefening die ze bij de sportzenders nu al maken. Mike Darcy bijvoorbeeld, ex-topman van Sky, verwacht dat zowel Sky als BT minder agressief zal bieden op een volgend voetbalcontract.

En hoewel er bij ons nog geen sprake is van een daling van de voetbalinteresse, is dat slecht nieuws voor de Belgische clubs die de komende weken een nieuw voetbalcontract willen afsluiten. De tender, waarin staat hoe en waarop de zenders kunnen bieden, gaat normaal eind januari de deur uit. Bij de Pro League, de vereniging van eersteklassers, hopen ze op een bod dat de 80 miljoen euro per jaar overschrijdt. Dat zouden ze de komende drie jaar normaal gezien van het Italiaanse sportrechtenbedrijf MP & Silva moeten krijgen.

Maar Van Reeth en Evens betwijfelen of het zover komt. "Telenet en Proximus, die de Belgische competitie nu allebei uitzenden, zijn tevreden met de huidige regeling. Waarom zouden ze meer geld op tafel leggen?"

Een derde speler dan maar? Sportzender Eleven Sports liet al weten meer dan 80 miljoen te willen betalen. Maar de experts zien dat bedrag niet meteen op tafel komen. "Bij Eleven Sports zien ze ook wat er wereldwijd op het vlak van sport gebeurt. Dan weet je dat je beter wat voorzichtigheid inbouwt."

